

Seite: 18
Ressort: Wirtschaft
Seitentitel: Unternehmen
Gattung: Tageszeitung

Nummer: 232
Auflage: 469.152 (gedruckt) 360.859 (verkauft)
 380.325 (verbreitet)
Reichweite: 0,99 (in Mio.)

Mustang soll wieder zum "enfant terrible" werden

Neue Investoren trauen der Jeans-Marke aus Künzelsau eine Umsatzverdoppelung zu

sup. STUTTGART, 5. Oktober. Heuschrecken sind es nicht, jene Investoren, die er für Mustang gefunden hat. Da ist sich Heiner Sefranek ziemlich sicher: "Ich bin beruhigt zu wissen, dass das Lebenswerk meiner Großmutter, meines Vaters und meines Onkels erhalten wird", sagt er am Tag nachdem der Eigentümerwechsel verkündet wurde, im Gespräch mit dieser Zeitung. Seine Großmutter Luise Hermann war es gewesen, die 1932 die Fabrik für Berufsbekleidung in Künzelsau gegründet hatte, sein Vater Alfred Sefranek hatte dann 1948 die Idee mit den Jeans: Im Tausch gegen ein paar Flaschen Hohenloher Schnaps erstand er in Frankfurt einige "Amihosen", die daheim postwendend als Schnittmuster verwendet wurden - die ersten europäischen Jeans wurden auf diese Weise geschneidert, im Geburtsjahr von Heiner Sefranek.

Am Dienstag nun hat der Unternehmer, mittlerweile auch schon 63 Jahre alt, den Beschäftigten sagen müssen, dass eine Ära beendet ist, dass Mustang kein Familienunternehmen mehr ist, sondern in der Hand von insgesamt 14 Gesellschaftern liegen wird - allen voran Thomas Schlytter-Henrichsen und Harald Rönn mit ihrer Beteiligungsgesellschaft A-Capital. Sefranek hält nur noch einen kleinen Anteil am Unternehmen. "Das war natürlich schon schwer", räumt er ein. Der Mustang-Chef ist aber zufrieden, dass die Mitarbeiter - rund 200 sind es noch am Stammsitz in Künzelsau - halbwegs gelassen reagierten, nachdem er selbst so positiv von der Übernahme gesprochen habe und die Investoren sich zum Standort Künzelsau bekannt hätten. Sefranek ist seit 1974 im Unternehmen tätig und sagt jetzt: "Ich fühle mich noch fit für die Mode, und ich hänge mich da schon noch einmal rein." Im kommenden Jahr will er in den Beirat wechseln, erst dann soll ein neuer Geschäftsführer kommen. Noch ist sein Name geheim,

weil der bisherige Arbeitgeber noch nichts weiß von dem bevorstehenden Wechsel. Ein Mann in den Vierzigern, mit viel Erfahrung im Bereich Young Fashion Jeans, sagt Sefranek, und: "Wir tauschen uns intensiv aus." Wenn es nach Heiner Sefranek geht, soll die Marke Mustang unter den neuen Eigentümern aufblühen. "Mustang, das ist ein Wildpferd, natürlich, unverblümt, spontan", sagt er, um die Marke zu beschreiben, wie er sie sieht. "Gut gebaut vom Stammbaum her, mit einer tollen Mähne. Da sind nicht nachträglich Löckchen reinoduliert wie bei einem Zirkuspferd." An Cowboys soll man nicht denken und auch nicht an Manhattan, sondern an Brooklyn, an die morbideren Teile der Großstädte.

Allzu morbide indes ist nicht verkaufsfördernd, das hat Sefranek bitter erfahren müssen. Einige Shops, die in den vergangenen Jahren eröffnet wurden, liegen eben in den falschen Stadtteilen und laufen nicht gut. Theo Birkemeyer, den Sefranek 2008 zwischenzeitlich zu seinem Nachfolger gemacht hatte, war offenbar so eifrig dabei, neue Mustang-Geschäfte zu eröffnen, dass er dabei auch manchen Fehlgriff getan hat: Bei 80 Läden in zwei Jahren sei das kein Wunder, sagt Sefranek. Einige Shops hat er schon geschlossen. Das investierte Geld ist aber weg.

Thomas Schlytter-Henrichsen lässt gar keinen Zweifel daran, dass es einiges zu verbessern gibt bei Mustang: "Wir müssen richtig hart arbeiten", kündigt er an. Der Fachhandel werde dabei ein wichtiger Partner sein. "Wenn man gute Konzepte anbietet, kann man ein Unternehmen damit voranbringen", deutet er die Änderungen in der Distribution an. Auch er hebt auf die Tradition der Marke ab: "Wir waren doch einst das Enfant terrible." Zu diesem Image müsse man wieder zurück. "Das Potential schätze ich auf mehr als das Doppelte des jetzigen Umsatzes", erklärt der

Investor - das wären dann mehr als 250 Millionen Euro: "Aber das braucht Zeit."

Ein Börsengang steht nach Einschätzung von Schlytter-Henrichsen vorläufig noch in den Sternen: "Wenn wir die Chance hätten, wäre das natürlich gut, aber da brauchen wir über Jahre stabiles Wachstum und ein stabiles Börsenumfeld." Vorbild könnte das Hamburger Modelabel Tom Tailor sein, das Schlytter-Henrichsen und sein Partner Rönn, damals noch für den Finanzinvestor Alpha, im Jahr 2005 für kaum mehr als 100 Millionen Euro gekauft haben. Beim Börsengang fünf Jahre später wurden 165 Millionen Euro Erlöst. Der Tom-Tailor-Gründer Uwe Schröder sei zufrieden damit, wie die Investoren mit seinem Unternehmen umgegangen seien, berichtet Heiner Sefranek - auch das stimmt ihn zuversichtlich, dass er mit der Investorengruppe die richtigen Käufer gefunden habe. Er habe noch zwei Alternativen gehabt, sagt er.

Wie viel Geld die Mustang-Käufer mitbringen, will vorläufig niemand verraten, aber offenbar war das Familienunternehmen kein Schnäppchen. "Mustang war lange hoch profitabel", sagt Schlytter-Henrichsen. Und Heiner Sefranek berichtet, erst im vergangenen Jahr habe Mustang "einen kleinen Verlust" gemacht. Die blanke Not sei es nicht gewesen, die ihn zum Verkauf getrieben habe. "Aber es ist doch besser, den Schritt früher als später zu machen. Wir stehen vor weltwirtschaftlich extremen Herausforderungen. Da sind schon andere Firmen dran kaputt gegangen." Vor dem schwachen Dollar graust es ihm, denn Mustang muss - nachdem im Jahr 2007 die letzte eigene Fabrik geschlossen wurde - praktisch alles im Dollarraum einkaufen. Und die Internationalisierung ist auch kein Selbstläufer: In Russland ist Mustang stark, in Indien hat man auch immerhin schon 27 Geschäfte, aber das Experiment China

hat man schon wieder aufgegeben. "Der nek. "Da ist es schon gut, dass vom fließt."
Wettbewerb ist knallhart", sagt Sefra- Kaufpreis das meiste ins Unternehmen

Abbildung: Wilde Pferde aus Jeansstoff
Abbildung: Foto Mustang
Wörter: 847